

# 2012/13 第一季度业绩

**lenovo**® **FOR**  
**THOSE**  
**WHO DO.**™

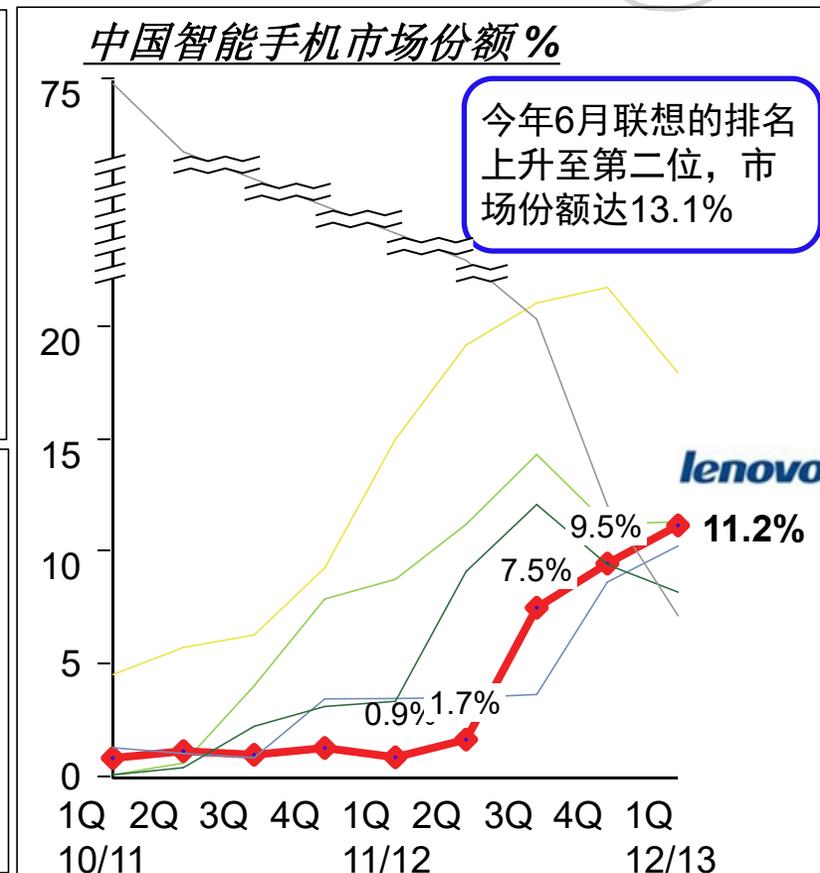
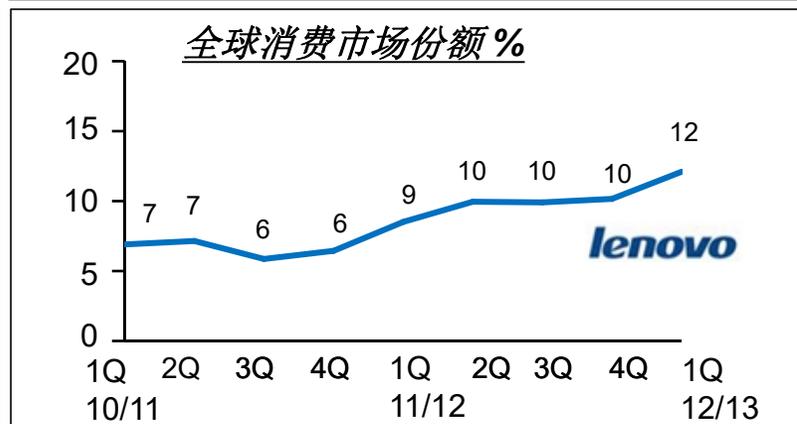
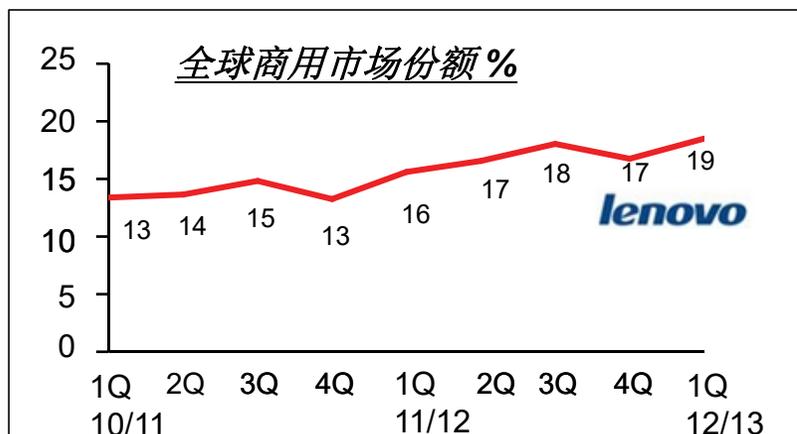
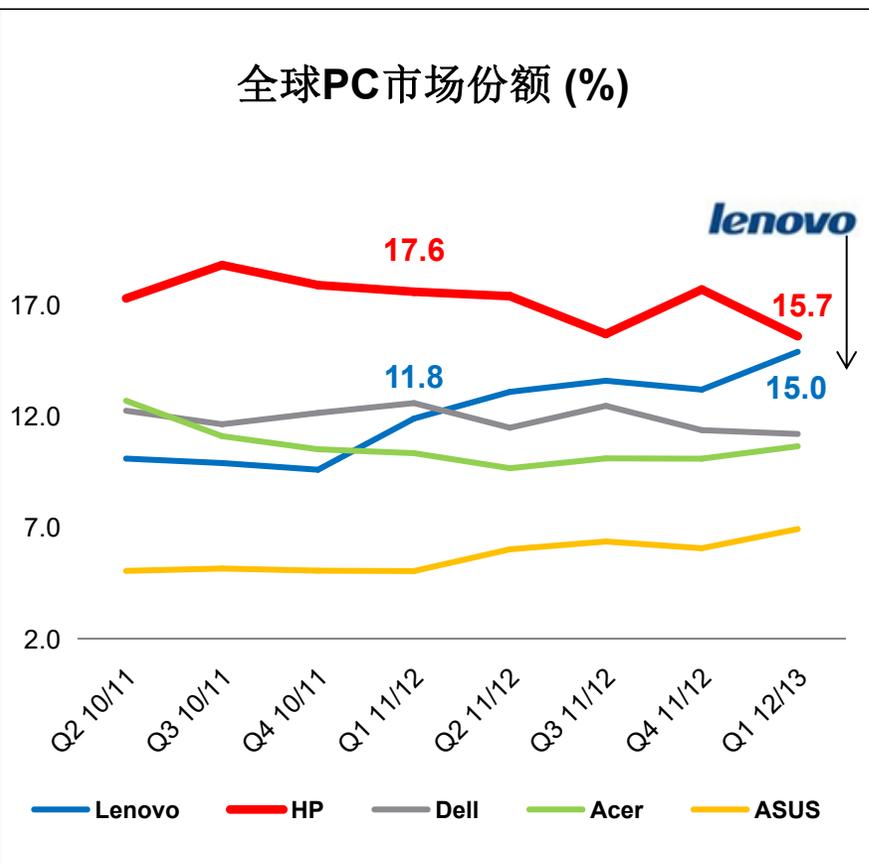
杨元庆

董事长兼首席执行官

# 强劲而均衡的业绩

## 强劲的增长

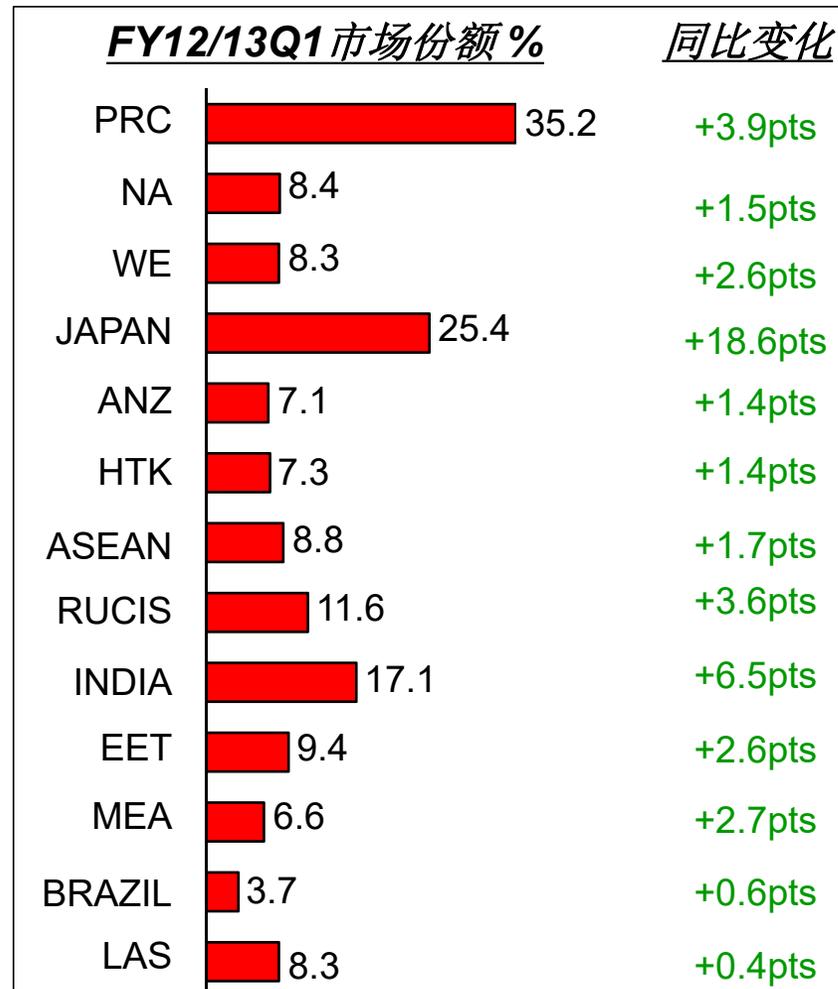
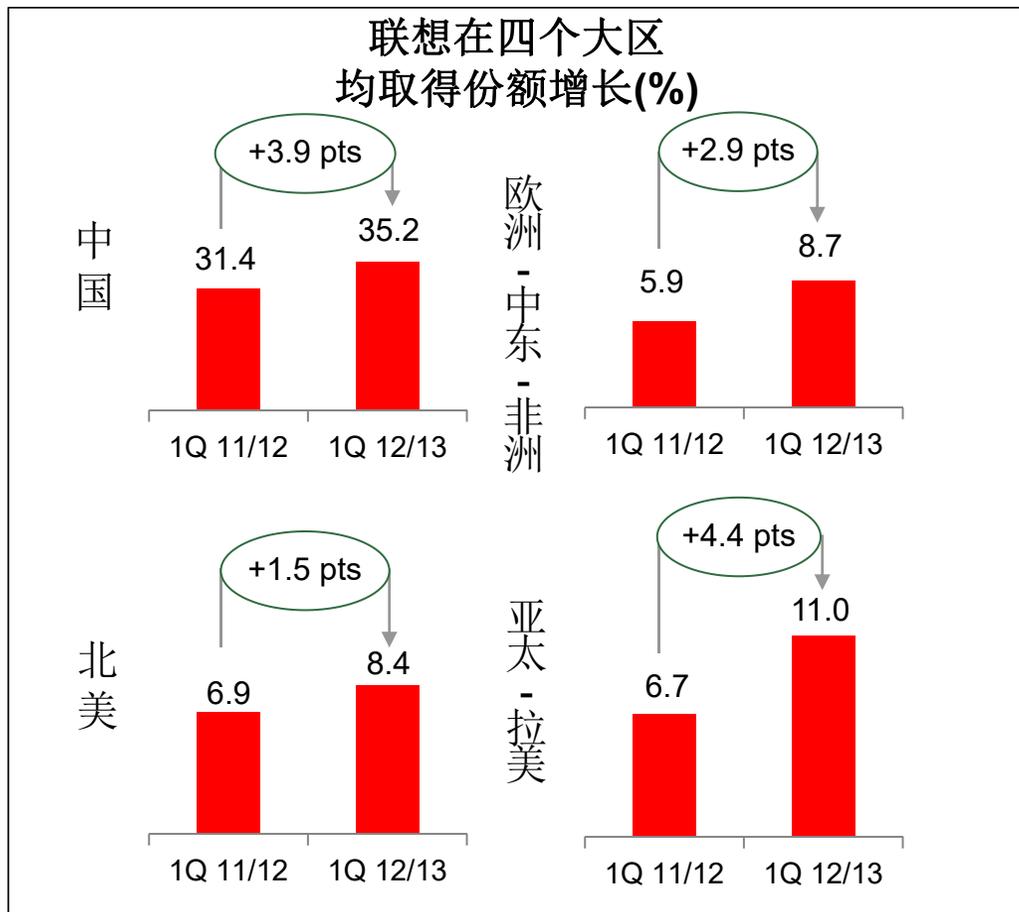
- PC市场份额创历史新高，与第一名的差距缩小到不足1个百分点
- 在所有客户和产品类别上达市场份额新高
- 在中国智能手机市场的份额达新高，首次成为第二



# 强劲而均衡的业绩

## 强劲的增长

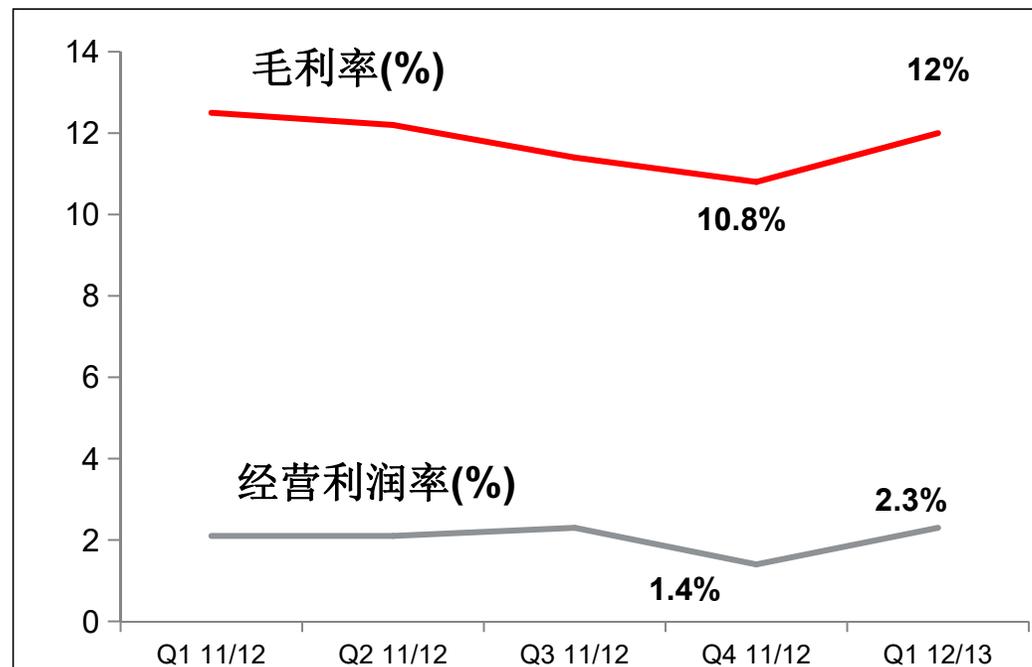
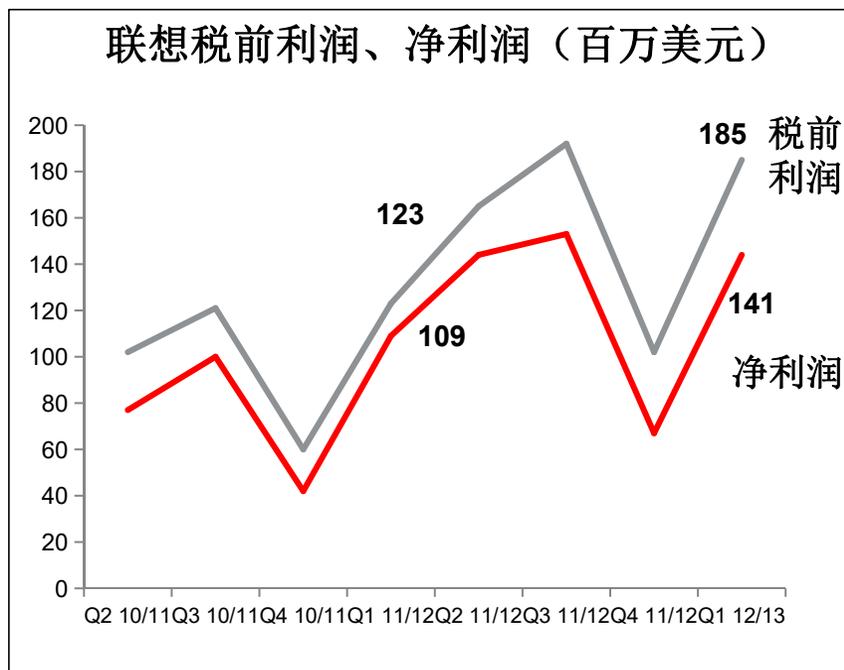
- 四个大区均有亮眼表现



# 强劲而均衡的业绩

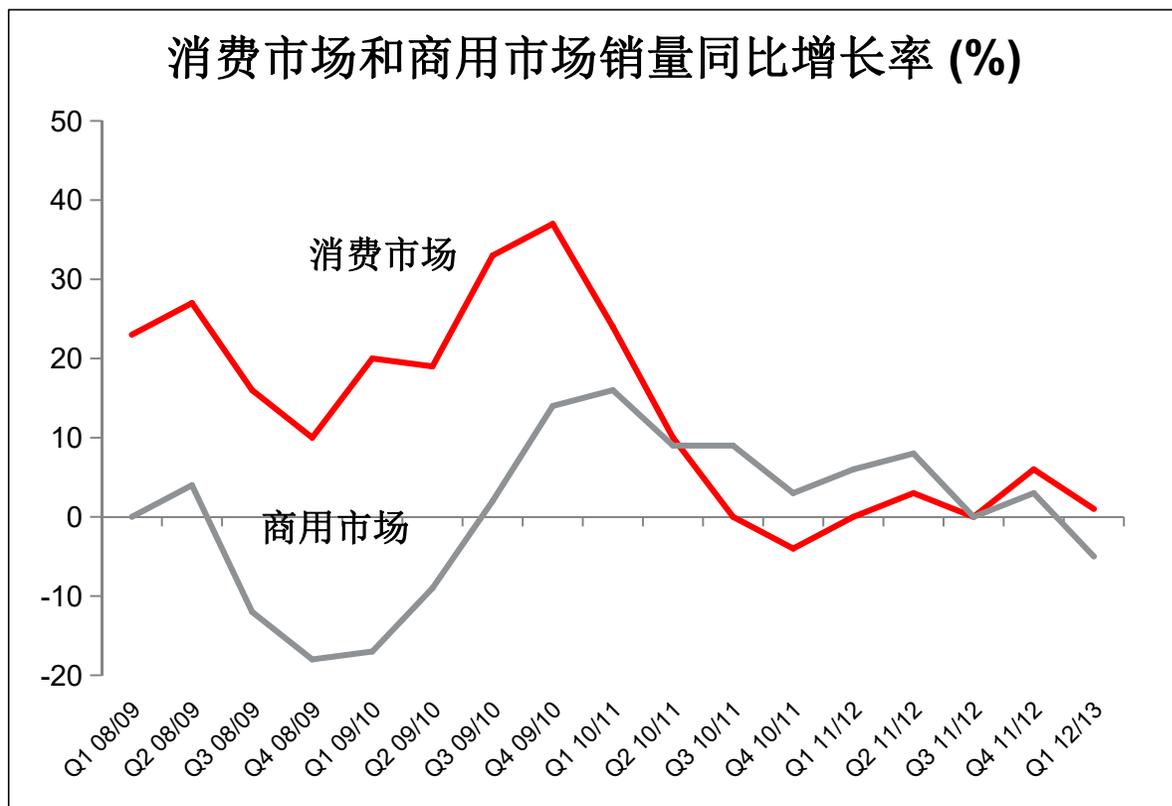
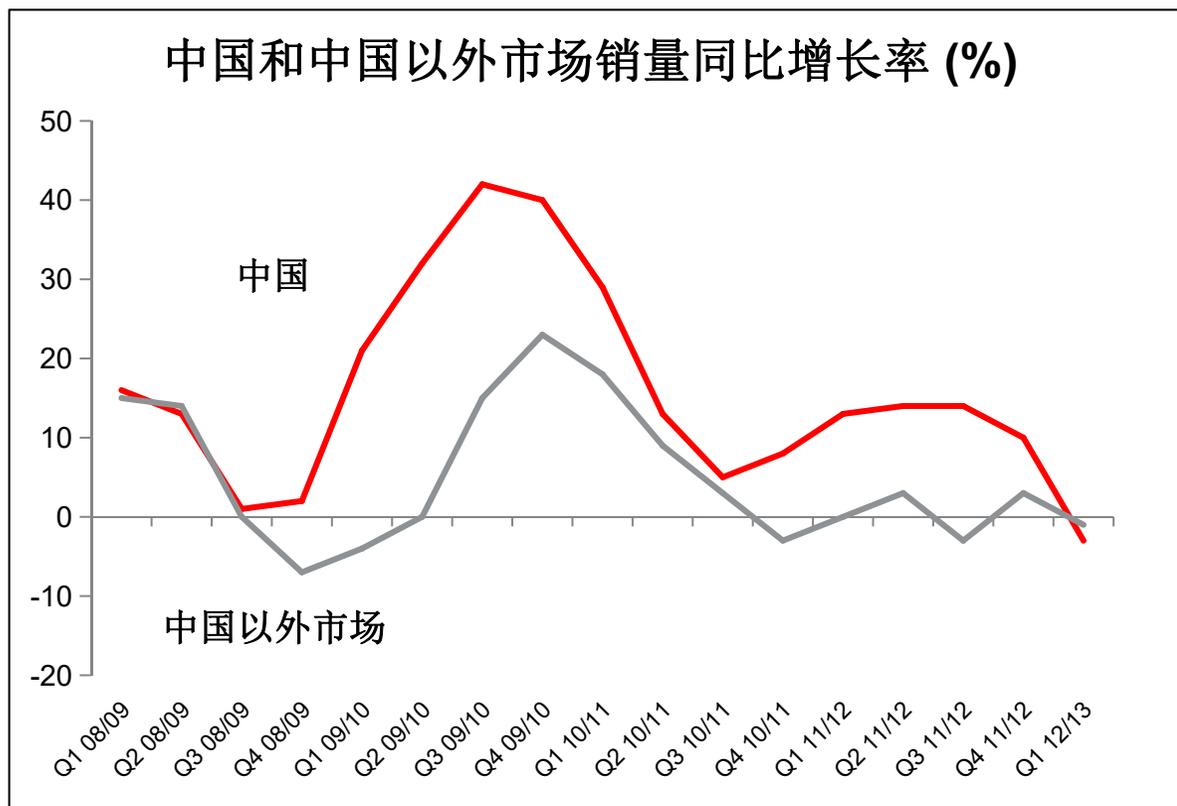
## 盈利能力持续提升

- 净利润同比增长达30%，达到1.41亿美元
- 税前利润同比增长50%，达到1.85亿美元
- 毛利率环比提升超1个百分点



# 2009 vs 2012: 同样的情形, 不同的结果

- 同样的情形: 中国PC市场增长慢于中国以外市场, 企业客户市场大幅萎缩
- 不同的结果
  - 三年前: 收入下滑, 利润巨亏
  - 现在: 增长强劲, 盈利大幅提升



# 如何做到？

- 正确的战略，有力的执行
- 高效的业务模式
- 创新的产品
- 多元化的团队和文化

## 保卫

### 中国

- 1 扩大PC领先优势
- 2 提升盈利能力
- 3 扩展服务器和 workstation 等商用业务

### 成熟市场 关系型

- 1 在所有区域实现稳定的盈利
- 2 全面提升市场份额

## 进攻

### MIDH

- 1 全球范围内扩大业务规模
  - 在中国拓展平板电脑/手机/智能电视业务
  - 全球拓展平板电脑业务
- 2 推动技术融合（云终端，杀手级应用，最佳用户体验）

### 中国以外 新兴市场

- 1 关键市场国家突破两位数字市场份额
- 2 进攻SMB/消费业务，逐渐实现盈利

### 成熟市场 交易型

- 1 扩展家用/SMB业务,通过零售渠道提升份额
- 2 扩展配售业务，提升盈利水平

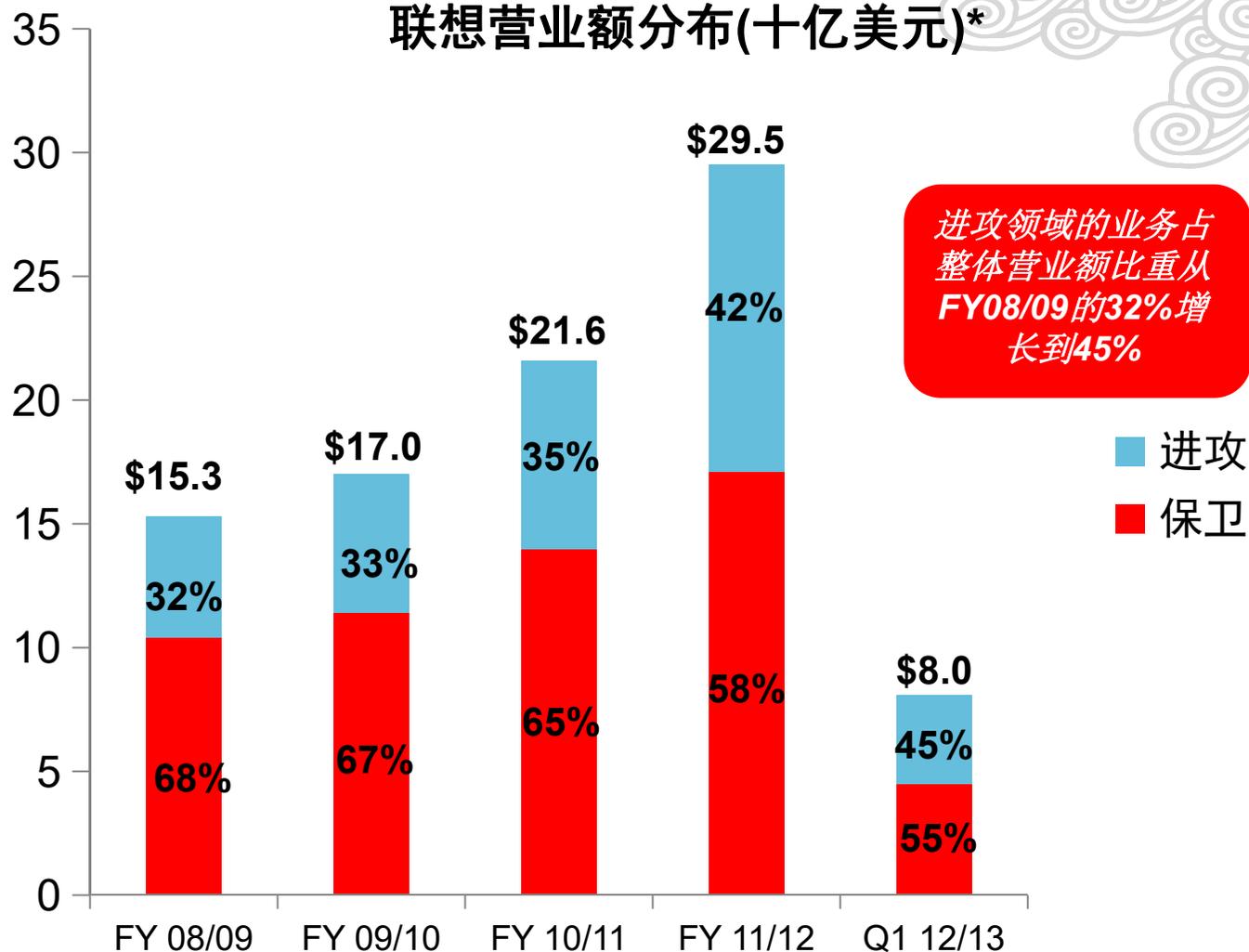
# 正确的战略使业务占比趋于平衡，为业绩带来多点支撑

- 与08/09财年相比，中国以外的新兴市场PC业务年营业额翻番，
- 成熟市场消费PC业务增长4倍
- MIDH自2011年成立以来，规模已上十亿美元

12/13财年Q1仍保持强劲增长:

- 中国以外的新兴市场PC销量同比增长39%，比市场增速高36个百分点
- 全球消费PC销量同比提升43%，比市场增速高42个百分点
- 智能手机在中国的销量同比增长44倍

## 联想营业额分布(十亿美元)\*



# 正确的战略和有利的执行，确保了健康和长远的盈利

- 提升市场份额和加强盈利能力很难兼顾，但我们做到了！
- 在极具挑战的环境下，凭借强有力的执行，实现健康的盈利
- 中国业务、全球商用业务保持良好盈利水平
- 与**EMC**的合作提升了在更大利润空间的企业级领域的实力
- 新业务达到两位数市场份额，为实现盈利性增长奠定基础
- 最终目标：新业务达到核心业务的盈利水平

# 核心竞争力建设

- 清晰的战略和有力的执行
- 高效的业务模式
- 创新的产品和品牌
- 多元化的团队和文化



**lenovo**  
PROUD SPONSOR OF THE NFL



对PC+的长远前景保持乐观  
向行业领导者的位置稳步前进  
超越大市增长，提升利润水平

黄伟明

首席财务官

# 财务概要

百万美元

销售额

毛利

经营费用

经营溢利

其他非经营收入

除税前溢利

税项

期内溢利

非控制性权益

股东应占溢利

每股盈利(美元)

- 基本

- 摊薄

毛利率

费用率

经营溢利率

除税前溢利率

股东应占净利率

2012/13 第一季 2011/12 第一季 年比年 季比季

8,010	5,920	35%	7%
959	739	30%	19%
(777)	(616)	26%	10%
182	123	48%	79%
3	0	不适用	不适用
185	123	50%	82%
(41)	(15)	178%	19%
144	108	33%	114%
(3)	0	不适用	305%
141	108	30%	112%
1.37	1.11	0.26	0.72
1.33	1.08	0.25	0.70

2012/13 第一季 2011/12 第一季 2011/12 第四季

12.0%	12.5%	10.8%
9.7%	10.4%	9.4%
2.3%	2.1%	1.4%
2.3%	2.1%	1.4%
1.8%	1.8%	0.9%

# 综合资产负债表

百万美元	于30/6/2012	于31/3/2012
非流动资产	4,008	4,040
物业、厂房及设备	387	392
无形资产	3,039	3,092
其他	582	556
流动资产	11,777	11,820
银行存款及现金	3,766	4,171
应收贸易、应收票据及其他应收账款	6,350	6,297
存货	1,510	1,218
其他	151	134
流动负债	11,471	11,809
短期银行贷款	41	63
应付贸易、应付票据及其他应付账款	10,962	11,251
其他	468	495
流动资产	306	11
非流动负债	1,846	1,603
总权益	2,468	2,448

# 现金及营运资金

百万美元

	2012/13 第一季	2011/12 第一季	2011/12 第四季
银行存款及现金	3,766	3,899	4,171
总银行债项	41	261	63
净现金储备	3,725	3,638	4,108
存货周转期	19	16	18
应收账周转期	34	29	35
应付账周转期	66	72	70
现金周转期	-13 天	-27 天	-17 天

# 第一季区域业务表现

## 中国

- 销量年比上年增长9.2%，市场增长则为负2.8%
- 由较高的快速增长之新兴城市的营运比重及于各地域均取得成功所带动
- 稳定的个人电脑利润率；继续投资于移动互联网业务

## 亚太/拉美区

- 销量年比上年增长59.2%，市场增长则为负3.9%
- 于所有地区的市场份额均录得增长带动亚太/拉美区份额达11.0%（年比年上升4.4个百份点）
- 于日本及印度排名第一

## 欧洲/中东/非洲

- 销量年比上年增长62.3%，市场增长则为9.1%
- 于所有地区的市场份额均录得增长带动欧洲/中东/非洲份额达8.7%（年比年上升2.9个百份点）
- 强劲的盈利增长及利润率改善

## 北美区

- 销量年比上年增长8.6%，市场增长则为负10.3%
- 于所有地区的市场份额均录得增长带动北美区份额达8.4%（年比年上升1.5个百份点）
- 于美国商用个人电脑市场排名第三及于美国商用台式电脑市场排名第三

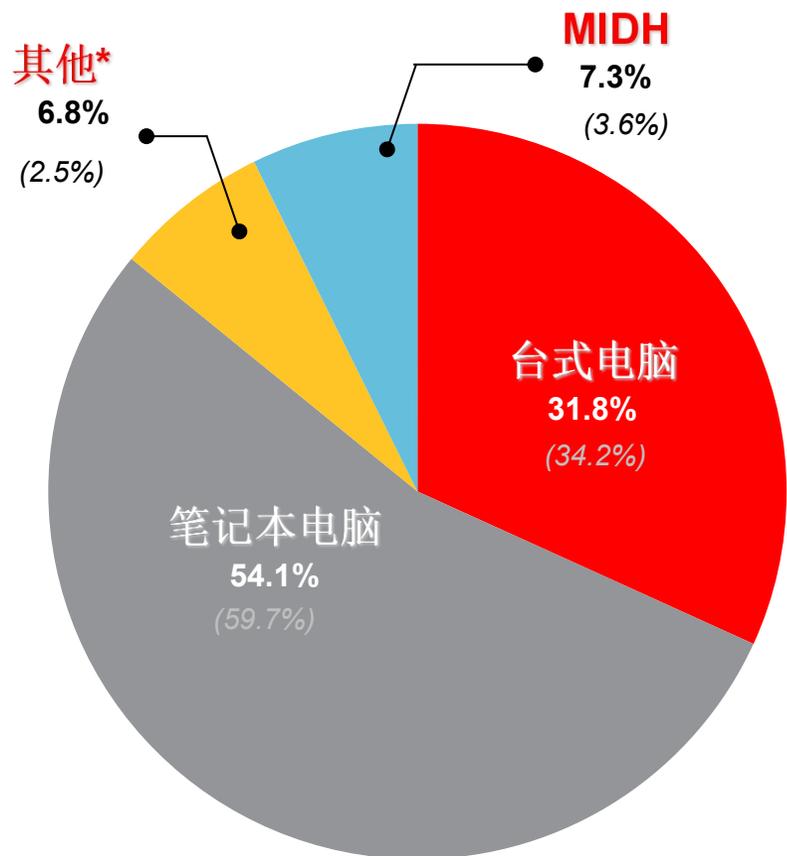
包括MIDH 及非个人电脑业务 盈利及业绩	销售额 百万美元			分类经营利润(亏损) 百万美元			分类经营利润率		
	13年 第一季	年比年	季比季	13年 第一季	12年 第一季 <sup>^</sup>	12年 第四季 <sup>^</sup>	13年 第一季	12年 第一季 <sup>^</sup>	12年 第四季 <sup>^</sup>
中国	3,520	24%	21%	170	162	100	4.8%	5.7%	3.4%
中国个人电脑 <sup>#</sup>	2,971	13%	18%	192	169	120	6.5%	6.5%	4.8%
亚太/拉美区	1,725	72%	-3%	0	(4)	0	0.0%	-0.4%	0.0%
欧洲/中东/非洲	1,584	62%	-9%	23	4	16	1.4%	0.4%	0.9%
北美区	1,181	7%	10%	46	52	33	3.9%	4.7%	3.1%

# 摘取于管理报告内有关中国个人电脑的财务数据，于对外财务报告并未以独立的可报告分部呈列，仅供参考

<sup>^</sup> 经采纳新区域架构及费用分摊法後重分类

# 第一季产品业务表现

按产品种类收入



\* 附注: 其他业务包含服务器, 服务, 软件及Medion 非PC业务。

## 笔记本电脑

- 销量年比年上升27%, 超过市场增长 (年比年上升0%); 销售额年比年上升23%
- 全球笔记本电脑市场份额达历史新高: 15.4% (年比年上升3.2个百分点)

## 台式机

- 销量年比年上升21%, 超过市场增长 (年比年下跌 4%); 销售额年比年上升26%
- 市场份额年比年上升3.0个百分点至14.4%

## MIDH

- MIDH 销售额年比年上升173%
- 智能手机销量增速超过市场37倍, 并列中国市场第二大品牌
- 平板电脑良好势头持续; 中国销量上升约1.2倍及全球销量上升约2.8倍

# 附件

- 综合损益表
- 简明综合现金流量表
- 区域业绩重分类 – 12财年第一季至第四季

# 综合损益表

百万美元	2012/13 第一季	2011/12 第一季
销售额	8,010	5,920
销售成本	(7,051)	(5,181)
毛利	959	739
销售和分销费用	(446)	(349)
行政费用	(194)	(174)
研发费用	(135)	(78)
其他经营费用 - 净额	(2)	(15)
经营溢利	182	123
财务收入	11	8
财务费用	(8)	(8)
应占联营公司溢利	0	0
除税前溢利	185	123
税项	(41)	(15)
期内溢利	144	108
溢利归属:		
本公司权益持有人	141	108
非控制性权益	3	-
股息	-	-
每股应占溢利 / (亏损) (美仙)		
- 基本	1.37	1.11
- 摊薄	1.33	1.08

# 简明综合现金流量表

百万美元	2012/13 第一季	2011/12 第一季
营运活动(所耗)/产生现金净额	(334)	919
投资活动产生/(所耗)现金净额	153	(43)
融资活动产生/(所耗)现金净额	11	(9)
现金及现金等价物(减少)/增加	(170)	867
汇兑变动的影响	(25)	21
期初现金及现金等价物	3,758	2,954
期末现金及现金等价物	3,563	3,842

# 区域业绩重分类 – 12财年第一季度至第四季

## 经重分类<sup>^</sup>:

包括MIDH 及非个人电脑业务 盈利及业绩	销售额 百万美元					分类经营利润 / (亏损) 百万美元					分类经营利润率				
	12年 第一季	12年 第二季	12年 第三季	12年 第四季	12财年	12年 第一季	12年 第二季	12年 第三季	12年 第四季	12财年	12年 第一季	12年 第二季	12年 第三季	12年 第四季	12财年
中国	2,836	3,175	3,483	2,901	12,395	162	140	166	100	568	5.7%	4.4%	4.8%	3.4%	4.6%
中国个人电脑 <sup>#</sup>	2,621	2,923	2,994	2,517	11,055	169	167	181	120	637	6.5%	5.7%	6.0%	4.8%	5.7%
亚太/拉美区	1,001	1,865	1,690	1,781	6,337	(4)	7	(4)	-	(1)	-0.4%	0.4%	-0.2%	0.0%	-0.01%
欧洲/中东/非洲	978	1,599	1,974	1,745	6,296	4	23	40	16	83	0.4%	1.4%	2.0%	0.9%	1.3%
北美区	1,105	1,147	1,224	1,069	4,545	52	39	38	33	162	4.7%	3.4%	3.1%	3.1%	3.5%

<sup>#</sup> 摘取于管理报告内有关中国个人电脑的财务数据，于对外财务报告并未以独立的可报告分部呈列，仅供参考

<sup>^</sup> 经采纳新区域架构及费用分摊法後重分类

**THANK YOU** GRAZIE **MERCI** DANKE **GRAZIAS** 謝謝 **СПАСИБО**  
GRACIAS **OBRIGADO** ありがとう **DANK** TAKK **BEDANKT** DAKUJEM